

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KECINTAAN MEREK TERHADAP
WOM SERTA DAMPAKNYA PADA PERILAKU PEMBELIAN
KONSUMEN KOSMETIK SARIAYU
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Progam Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



Oleh :

DESSY PUSTAKAWATI MANGIKINI
2012210262

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA**

2016

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KECINTAAN MEREK TERHADAP WOM
SERTA DAMPAKNYA PADA PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN
KOSMETIK SARIAYU
DI SURABAYA**

Diajukan oleh:

DESSY PUSTAKAWATI MANGIKINI

NIM : 2012 210 262

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing

Tanggal 14 / 10 / 16


(Dr. Basuki Rachmat, SE, MM.)

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KECINTAAN MEREK TERHADAP WOM
SERTA DAMPAKNYA PADA PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN
KOSMETIK SARIAYU
DI SURABAYA**

Disusun oleh :

**DESSY PUSTAKAWATI MANGIKINI
2012 210 262**

Dipertahankan di depan tim penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 19 Agustus 2016

Tim penguji

Ketua : Emma Yulianti, SE., M.M
Sekertaris : Dr. Basuki Rachmat, SE., M.M
Anggota : Dr. Psi. Tjahjani Prawitowati, M.M



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dessy Pustakawati Mangikini
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 4 Desember 1993
N.I.M : 2012210262
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Citra Merek Dan Kecintaan Merek Terhadap
WOM Serta Dampaknya Pada Perilaku Pembelian
Konsumen Kosmetik Sariayu Di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen

Tanggal :14/10/2016



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)

Dosen Pembimbing,

Tanggal :14/10/16



(Dr. Basuki Rachmat, SE, MM.)

MOTTO

*"Help People even when you know
they cant Help you back"*



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena Berkat dan Kasih-Nya yang selalu tidak terhingga, sehingga Dessy dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Penyelesaian skripsi ini kiranya tidak akan berjalan lancar tanpa bantuan dari berbagai pihak. Dalam lembar persembahan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada :

- 1) Yang pertama buat Mama Ida, yang selalu mengintakan, selalu tanya “kakak sampe mana ya skripsinya? Kakak gimana skripsinya? Kakak sudah makan? Kakak dimana kok gak ngabarin mama?” makasih mama yang secara lahir batin selalu menemani, mendoakan, dan gak pernah capek untuk mendukung dari daalam perut sampaiiii detik ini pun tidak pernah bosan untuk mengingatkan.
- 2) Buat papa, yang akhirnya bisa bertemu dengan Dessy dan mendoakan mendukung skripsi Dessy. Selalu sabar untuk memberikan kata-kata petuah supaya Dessy bisa sabar mengerjakan skripsi ini dan tepat waktu.
- 3) Terima kasih pada Bapak Basuki Rachmat yang selaku Dosen Pembimbing yang telah mengingatkan dan arahan dengan baik dalam mengerjakan skripsi ini.
- 4) Buat Aditya Heru Listanto, yang memunculkan judul ini, mengajarkan dari metpen sampai skripsi, yang selalu setia dan lumayan sabar di setiap saat dibutuhkan dan siap untuk bantuan dalam skripsi maupun selain skripsi. Yang menjadi moodbooster dan moodbreaker. Yang selalu jadi paket lengkap dalam pembuatan skripsi ini. Terima kasih karena selalu ada dalam segala cuaca.
- 5) Buat John, yang adalah untuk jadi tim hore walaupun jauh. Terima kasih sabar terus sampe tahun ke 6 ini, sampai selesai skripsi ini. Semoga yang direncanakan yang diharapkan dapat berjalan sesuai dengan yang dibicarakan selama ini. Dan jangan pernah bosan untuk menemani yaaaa.

- 6) Buat teman-teman yang skripsi bersama (Yanna ndut dan Rayza anaknya Om Sirin yang se kos dari awal metpen saat suka maupun duka, untuk gonceng seperti cabe-cabean, menemani saat sakit dan senang, Oppi anaknya tante Agnes, Sancaka anaknya om Pramono yang dari semester satu sempat berpencar dan kembali bersama menebengkan sebagai tempat curhat juga dan keluh kesah dalam skripsi, Anak-anak KW Dessy, Erick Bonjol Ghufron, Pap KW Zainul, Dylla rambut yang mau diajak kemana-mana, Rifqi K. Y yang selalu minus terus semoga mendapatkan HidayahNya, amin. Buat Angga dan Bowo Aliando yang membantu memperkenalkan pada SPSS hingga selesai pengujian untuk bab 4 dan hampir bosan untuk menjawab pertanyaan Dessy setiap ketemu diperpustakaan, kantin maupun diluar kampus. Wildan Arifi yang juga menemani dan curhat colongan disaat mengerjakan. Semoga kita jalan-jalan lagi, makasiiih banget selalu ada disaat butuh atau gak butuh dan semoga kita ketemu dilain waktu dengan keadaan yang lebih baik dari sekarang yaaa , AMIN).
- 7) Buat teman-teman di kampus STIE Perbanas yang lain yang sudah pinjamkan uang sementara (tapi gak kembali lagi) untuk print, fotocopy atau minta klip, pinjam pulpen menemani tunggu dosen, curhat mengenai skripsi, dosen, ataupun menemani makan, yang menghibur disaat galau skripsi/dosen dan galau diluar skripsi/dosen. Buat adik-adik semester, seperti Claudia Bimantari a.k.a ririoreo yang selalu menyemangatin juga, menemani menebengkan juga, ade-ade yang selalu membantu untuk mengerjakan tugas disaat dessy sedang ribet dengan skripsi atau dalam membantu penyebaran kuesioner atau disaat menanyakan keberadaan dosen-dosen terkait.
- 8) Buat teman-teman dan keluarga di Kupang, buat Audra jenong yang menerima curhat, Kak Wise untuk break liburan walaupun sebentar, untuk REXI, Farida Dewi yang mau menerima curhat lewat telpon, dan media sosial lainnya. Untuk curhat skripsi maupun yang lainnya. Untuk tim hore

lainnya yang selalu komen di media sosial untuk penyemangat, maupun untuk pemberi nasehat, saran dan sindiran.

- 9) Buat lingkungan gereja yang selalu mendoakan dan mencurahkan perasaan, kos tempat beristirahat dan mengerjakan skripsi. Untuk masmbak yang ditempat fotocopy dan print yang selalu direpotkan untuk editing maupun salah print. Untuk tempat makan yang selalu jadi langganan di Surabaya timur (terlebih Nginden) dan sekitarnya.
- 10) Buat yang mungkin tidak dapat disebutkan satu persatu, tapi desy mengucapkan banyak terima kasih sekecil apapun bantuannya. Buat teman-teman lain yang selalu menanyakan, memberi semangat dari media sosial atau disaat bertemu. THANKS BANGET!
- 11) Buat semua yang dikampus dari pintu masuk sampai dikantin, yang selalu menyemangati dan memberikan kata-kata penguatan biar bisa semangat terus skripsinya.

Terima kasih untuk semuanya yang mungkin tidak disebutkan satu-persatu tapi terima kasih banyak atas dukungan kalian semua. Dan semua keadaan selama skripsi ini berjalan, hingga dapat selesai.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti kepada Tuhan Yesus Kristus, karena Berkat dan Penyertaan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kecintaan Merek Terhadap WOM serta Dampaknya Pada Perilaku Pembelian Konsumen Kosmetik Sariayu di Surabaya dengan baik.

Penyelesaian Skripsi ini kiranya tidak akan berjalan lancar bila tanpa bantuan maupun dukungan dari berbagai pihak baik secara material maupun spiritual. Untuk itu dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya:

1. Bapak Dr.Lutfi, S.E., M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Bapak Dr. Basuki Rachmat, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu selama proses pembelajaran dan memberikan berbagai saran.
5. Kedua Orang Tua dan Orang terdekat saya terima kasih karena selalu mendoakan, memberikan dukungan.
6. Seluruh rekan mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan serta saran dalam skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penyusun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.

Surabaya, September 2016

Peneliti



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI SIAP DIUJI	ii
HALAMAN PERNYATAAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penelitian	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori.....	13
2.3. Hubungan Variabel	21
2.4. Kerangka Pemikiran.....	22
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	23
3.2. Batasan Penelitian	23
3.3. Identifikasi Variabel.....	24
3.4. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	24
3.5. Instrumen Penelitian.....	27
3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.7. Data Dan Metode Pengumpulan Data.....	31
3.8. Uji Validitas Dan Reabilitas Instrument Penelitian	32
3.9. Teknik Analisis Data.....	33
 BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	39
4.2 Gambaran Umum Responden	39
4.3 Analisis Data	42
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Keterbatasan	63
5.3 Saran.....	64
 DAFTAR RUJUKAN	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1	Kerangka PemikiranAhmed Rageh Ismail, Gabriella Spinelli (2012)	8
Gambar 2.2	KerangkaPemikiran Abolghasem Mira, Laleh Tavakoli Leylan, AmirHossein Panadandeh, Laleh Annas (2014)	9
Gambar 2.3	Kerangka PemikiranAzzam, Zakaria	11
Gambar 2.4	KerangkaPemikiran.....	22
Gambar 4.1	Karakteristik Responden (Konsumsi)	40
Gambar 4.2	Karakteristik Responden (Pekerjaan).....	40
Gambar 4.3	Karakteristik Responden (Jenis Kelamin).....	41

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Image	2
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Saat ini dengan Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Kategori Mean Variabel Bebas Dan Terikat	27
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Kuesioner	28
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Citra Merek (CRM).....	43
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Kecintaan Merek (KCM)	44
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>word of mouth</i> (WOM).....	44
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Perilaku Pembelian Konsumen (PPK)	45
Tabel 4.10 Uji Validitas Sampel Kecil	46
Tabel 4.11 Uji validitas Sampel Besar	47
Tabel 4.12 Uji Reabilitas Sampel Kecil	48
Tabel 4.13 Uji Reabilitas Sampel Besar	48
Tabel 4.14 Uji Normalitas	49
Tabel 4.15 Uji Multikolinieritas (CRM, KCM-WOM)	50
Tabel 4.16 Uji Multikolinieritas (WOM-PPK)	50
Tabel 4.17 Uji Autokorelasi (CRM, KCM-WOM)	51
Tabel 4.18 Uji Autokorelasi (WOM-PPK).....	51
Tabel 4.19 Analisis Regresi Linier Berganda (CRM, KCM-WOM)	52
Tabel 4.20 Analisis Regresi Linier Berganda (WOM-PPK)	52
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi	54
Tabel 4.22 Uji Simultan (Uji F).....	55
Tabel 4.23 Uji Parsial (Uji T).....	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3 : Analisis Deskriptif Karakteristik Responden
- Lampiran 4 : Analisis Deskriptif Tanggapan Responden
- Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reabilitas
- Lampiran 6 : Uji Normalitas
- Lampiran 7 : Uji Multikolinieritas
- Lampiran 8 : Autokorelasi
- Lampiran 9 : Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 10 : Determinasi
- Lampiran 11 : Uji F(Uji Simultan) dan Uji T (Uji Parsial)



**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND BRAND LOVE TO WOM
AND THIS IMPACT ON SARIAYU COSMETICS CONSUMERS
BEHAVIOUR IN SURABAYA**

Dessy Pustakawati Mangikini
STIE Perbanas Surabaya
E-mail: 2012210262@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this Research determine whether the Brand Image, Brand Love on *Word Of Mouth* (WOM) has a significant influence either simultaneously or partially to consumer buying behavior. This study used the entire population of people who Surabaya buying and using cosmetic products Sariayu. The sample in this research used Judgement Sampling and used 100 respondents people of Surabaya has buying and using cosmetic products Sariayu. Data collection methods through was collected using a questionnaire. Data analysis using descriptive analysis. Based on a calculation and hypothesis result, noted that Brand Image has a significant impact on WOM, while Brand Love has no significant impact on WOM of Sariayu cosmetics in Surabaya. WOM has positive impact on Consumer Behavior Purchase to Sariayu cosmetic.

Keywords: Brand Image, Brand Love, WOM, Consumer Buying Behavior.

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KECINTAAN MEREK TERHADAP
WOM SERTA DAMPAKNYA PADA PERILAKU PEMBELIAN
KONSUMEN KOSMETIK SARIAYU DI SURABAYA**

Dessy Pustakawati Mangikini
STIE Perbanas Surabaya
E-mail: 2012210262@students.perbanas.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah citra merek, kecintaan merek mempunyai pengaruh terhadap WOM dan memberikan dampak yang baik secara simultan maupun parsial terhadap perilaku pembelian konsumen.

Penelitian ini menggunakan populasi seluruh masyarakat Surabaya yang telah membeli dan menggunakan produk kosmetik dari Sariayu. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Judgement Sampling* dimana pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan 100 responden masyarakat kota Surabaya yang telah membeli serta menggunakan produk kosmetik Sariayu. Metode pengumpulan data melalui survei menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 16.0.

Berdasarkan perhitungan dan hasil hipotesis diketahui bahwa citra merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap WOM, sedangkan kecintaan merek tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap WOM untuk produk kosmetik Sariayu di Surabaya. WOM mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku pembelian konsumen untuk kosmetik Sariayu.

Kata Kunci: Citra Merek, Kecintaan Merek, WOM, Perilaku Pembelian Konsumen.